

*к.е.н., доцент Юр'єва І.А.
доцент кафедри обліку і аудиту
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»
E-mail:yuryeva.irina@i.ua*

ФОРМУВАННЯ ЗАСАД СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток соціально-економічних систем в трансформаційних умовах передбачає формування засад соціальної відповідальності господарювання підприємств. Під системою соціальної відповідальності розуміють сукупність функцій та повноважень, які необхідні для здійснення управлінського впливу, у тому числі і соціального. Соціальна відповідальність відображає соціальний характер взаємовідносин між підприємством і його групами впливу і проявляється в балансі соціальних інтересів сторін.

Економічний діалог в формуванні розвинених соціально-економічних систем має ґрунтуватися на трьох базових принципах, відкрито декларовані та документально закріплені всіма його сторонами:

-бізнес має бути законослухняним та соціально відповідальним;

- соціальний діалог має враховувати необхідність створення сприятливих умов для функціонування бізнесу;

- держава має бути гарантом стабільних та прозорих умов, в яких працює та отримує прибуток бізнес.

1. Задля організації та впровадження дієвого та результативного діалогу та створення партнерських відносин соціально-економічних систем в трансформаційних умовах державою має бути здійснено низку системних кроків, а саме:

- нормативно-правове врегулювання механізму контролю з боку об'єднань підприємців та громадських об'єднань над розробкою, прийняттям та виконанням рішень органів державної влади усіх рівнів;

- створення нормативно-правової бази для дії механізму цивілізованого лобіювання бізнесом власних інтересів;

- формування механізмів надання максимально повної інформації про стан справ в національній економіці, на внутрішніх ринках, забезпечення прозорості відповідних регулюючих і контролюючих органів державного апарату управління для громадських інститутів;

- забезпечення рівних умов діяльності на ринку для всіх представників вітчизняного бізнесу та іноземних компаній, надання рівних можливостей доступу до заохочувальних інструментів державної економічної політики;

Групи впливу – усі особи або групи осіб, які є об'єктами або суб'єктами діяльності та політики компанії як на місцевому, так і на глобальному рівні. До складу груп впливу, що мають відношення до бізнесу, входять: працівники, споживачі і клієнти, постачальники, місцеві громади та їх організації, дочірні компанії і філіали, партнери по бізнесу, інвестори, акціонери; окремо в цю групу входить також навколишнє природне середовище. Виділяють дві найбільш поширені моделі взаємодії підприємства з його групами впливу. Перша модель, так званий підхід “із середини назовні”, передбачає, що підприємство може управляти своєю діяльністю та завойовувати бажану репутацію в очах свого зовнішнього оточення шляхом

самостійного прийняття внутрішніх рішень та надалі звітувати перед своїми групами впливу про свої соціальні досягнення. Друга, альтернативна, модель побудови стосунків із групами впливу основана на взаємодії підприємства з групами впливу для досягнення певних соціально значимих цілей. За цією моделлю, вважається, що комунікація – не є універсальним методом урегулювання стосунків із зовнішнім середовищем підприємства, що в стосунках із групами впливу потрібні постійні переговори, у процесі яких приймаються спільні рішення щодо ключових кроків у досягненні соціально значимих цілей.

Існують декілька основних підходів науковців та практиків до реалізації соціальної відповідальності бізнесу розвитку соціально-економічних систем в трансформаційних умовах, а саме: неприйняття цієї концепції, декларативний, комерційний, альтруїстичний та комплексний підходи. При комерційному підході соціальні витрати підприємництва трактуються як соціальні інвестиції та розглядаються з точки зору економічної привабливості, зростання прибутковості, набуття конкурентних чи інших переваг для підприємницької установи.

Для адекватної якісної оцінки соціально-відповідальної поведінки бізнесу розроблено дванадцять показників, що дають більш повну характеристику соціальних інвестицій підприємництва. Вони об'єднані у три групи. Перша група характеризує інституційне оформлення соціальної політики бізнесу та включає такі ознаки:

- нормативна централізація соціальної відповідальності бізнесу (наявність спеціального документа, в якому зафіксовані основні напрямки соціальної політики компанії);
- організаційна централізація соціальної відповідальності бізнесу (наявність спецвідділу, відповідального саме за соціальні проекти);
- нормативні засади соціальної політики підприємств (наявність колективного договору).

Друга група показників дає можливість оцінити облік соціальних заходів бізнес-установ та включає такі параметри:

- наявність фінансової звітності підприємств, що відповідає міжнародним стандартам та складається щорічно;
- застосування звітів з соціальною відповідальністю бізнесу міжнародного зразка;
- оцінка ефективності здійснених соціальних вкладень;
- інформування суспільства про рівень своєї соціальної відповідальності.

Показники третьої групи характеризують ступінь комплексності соціальних інвестицій бізнесу та дають можливість виявити надмірну концентрацію фінансування на окремих напрямках соціальної політики. До них входять:

- інвестиції у розвиток персоналу;
- охорона праці і здоров'я найманих працівників;
- екологічність процесу виробництва та продукції, ресурсозберігаючі технології;
- дотримання принципів добросовісної ділової практики і чесної конкуренції;
- розвиток та підтримка місцевого населення.

Отже, стосовно управління розвитком соціально-економічних систем конкурентно-ринкові важелі соціального управління базуються на рівноправних горизонтальних відносинах власності для економічного примусу суб'єктів внутрішнього і ділового середовища до реалізації рішень із соціальної відповідальності. Управління, яке базується на культурі організації, являє собою вищий щабель соціального управління в трансформаційних умовах розвитку. Воно опирається на організаційні цінності, традиції та пріоритети, які примушують кожного члена колективу діяти так і не інакше, а саме до ініціативних (творчих) дій з технологічному зростанні організації, виробничо-економічному прогресу (у тому числі соціальної відповідальності і подальшому розвитку).

Список використаної літератури

1. Закон України “Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії”, Відомості Верховної Ради , 2000, №48, ст.409.
2. Александров І.О. Стратегія сталого розвитку регіону: моногр. / І.О. Александров, О.В. Половян, О.Ф. Коновалов, О.В. Логачова, М.Ю. Тарасова; за заг. ред. д.е.н. І.О. Александрова / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2010. – 203 с.
3. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний контекст: моногр./ Міжнар. рада з науки (ICSU) [та ін.]; наук.кер. М. З. Згуровський. – К.: НТУУ «КПІ», 2010. – Ч. 2. Українав індикаторах сталого розвитку. – 359 с.